

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN SỰ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Lê Hải Khánh¹

Bộ Công an, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 30/05/2020; Ngày hoàn thành biên tập: 26/06/2020; Ngày duyệt đăng: 29/06/2020

Tóm tắt: Bài viết này kiểm định các nhân tố thuộc môi trường nhân sự tác động đến sự hài lòng của nhân viên tại doanh nghiệp thương mại điện tử và kiểm chứng mối quan hệ giữa các biến tác động. Dữ liệu nghiên cứu thực hiện bằng phương pháp điều tra ngẫu nhiên với 101 nhân viên tại các công ty Sendo, Lazada, Tiki và Shopee thông qua điều tra bằng bảng hỏi. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 22.0 qua các bước phân tích độ tin cậy, phân tích khám phá nhân tố, phân tích khẳng định nhân tố và mô hình hồi qui tuyến tính. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng bản chất công việc và đào tạo chuyên môn, thu nhập, cơ hội thăng tiến và năng lực, sự quan tâm của cấp trên và đồng nghiệp hợp tác và lãnh đạo công bằng có tác động tích cực đến sự hài lòng trong công việc tại doanh nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam.

Từ khóa: Sự hài lòng công việc, Doanh nghiệp thương mại điện tử

FACTORS AFFECTING EMPLOYEES' SATISFACTION IN E-COMMERCE ENTERPRISES IN VIETNAM

Abstract: This research investigates and testing factors in the personnel environment affecting employee satisfaction at e-commerce enterprises, as well as verifies the relationship between the variables. The research data was conducted by random survey method with 101 the employees at Sendo, Lazada, Tiki, and Shopee Company through a questionnaire survey. The data was processed by SPSS 22.0 software using reliability analysis, factor discovery analysis, factor confirmation analysis and linear regression model. The results of the study indicate that: the nature of work and professional training, income, promoted opportunities, and competencies, the interest of superiors and colleagues in cooperation and fair leadership have a positive impact on job satisfaction at e-commerce businesses in Vietnam.

Keywords: Job satisfaction, E-commerce business

¹ Tác giả liên hệ, Email: virkiller.fire@gmail.com

1. Giới thiệu

Khách hàng và nhân viên là những nhân tố quan trọng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nhân viên đóng vai trò là “khách hàng nội bộ” của doanh nghiệp, đáp ứng và hoàn thành các mục tiêu công việc. Tuy vậy, đôi khi doanh nghiệp chỉ quan tâm tới khách hàng bên ngoài mà bỏ qua sự hài lòng của “khách hàng nội bộ” - đối tượng đóng vai trò quan trọng trong mọi hoạt động của doanh nghiệp.

Sự hài lòng với công việc của người lao động ảnh hưởng tới lòng trung thành của nhân viên với doanh nghiệp và hiệu suất lao động. Vì vậy, nếu doanh nghiệp tạo cho người lao động hài lòng với công việc, tác động tới lòng trung thành và hiệu suất lao động sẽ được thúc đẩy tích cực. Ngược lại, nếu nhân viên không hài lòng với công việc hiện tại, hai yếu tố nói trên cũng chịu ảnh hưởng tiêu cực và dẫn tới kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp suy giảm (Kreitner & Kinichi, 2007).

Thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam đang có sự tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ trong thời gian qua. Từ 2016 đến 2018, doanh số TMĐT Việt Nam đã tăng 200% (từ 4 tỷ USD lên 8 tỷ USD), chiếm 2,8% tổng mức bán lẻ doanh thu thương mại dịch vụ cả nước (Bộ Công Thương, 2019). Để tiếp tục thúc đẩy sự phát triển TMĐT, doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam cần nâng cao chất lượng mọi nguồn lực của doanh nghiệp, đặc biệt là nguồn nhân lực. Vì vậy, doanh nghiệp kinh doanh TMĐT ngày càng chú trọng vào việc tạo sự hài lòng của nhân viên với công việc nhằm tác động tích cực tới lòng trung thành và hiệu quả công việc của nhân viên. Nghiên cứu này thực hiện tại các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam bao gồm Sendo, Lazada, Tiki và Shopee để giải quyết các mục tiêu nghiên cứu trên.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1 Sự hài lòng công việc

Sự hài lòng là cơ sở thúc đẩy và gắn bó của nhân sự trong doanh nghiệp. Sự hài lòng có liên quan tới các yếu tố tâm lý, sinh lý và các yếu tố môi trường làm việc khiến cho người lao động thực sự cảm thấy hài lòng với công việc hiện tại (Hoppock, 1935). Weiss & cộng sự (1967) định nghĩa hài lòng trong công việc là thái độ về công việc được thể hiện bằng cảm nhận, niềm tin và hành vi của người lao động trong công việc. Smith & cộng sự (1969) cho rằng sự hài lòng với công việc đơn giản là cảm giác người lao động hài lòng với công việc họ đang làm. Tác giả Kuskus (2003) cho rằng sự hài lòng với công việc thể hiện việc nhu cầu và mong muốn cá nhân được đáp ứng và mức độ cảm nhận của nhân viên về mong muốn của họ. Cùng với quan điểm này, Kuskus (2003) cho rằng sự hài lòng với công việc là sự phù hợp giữa mong muốn và cảm nhận về công việc của nhân viên. Sự hài lòng về công việc của người lao động biểu hiện bằng sự tích cực trong trạng thái cảm xúc thể hiện qua hành vi, niềm tin của họ (Luddy, 2015; Vroom, 1964; Locke, 1976; Quinn & Staines, 1979; Weiss & cộng sự, 1967). Thuyết nhu cầu của Maslow (1943) cho rằng cá nhân hành động theo nhu cầu tăng dần theo cấp bậc (5 loại nhu cầu), thuyết hai nhân tố của McGregor (1960) về bản chất con người dựa trên một nhóm giả định, từ đó, họ đưa ra cách hành xử với nhân viên, thuyết X quan niệm mang tính tiêu cực cho rằng người lao động không tham vọng, không thích làm việc và không có trách nhiệm; thuyết Y quan niệm mang tính chất tích cực cho rằng người lao động có thể tự mình định hướng công việc và sẵn sàng chịu trách nhiệm và họ coi công việc là tất yếu như vui chơi giải trí. Herzberg (1966) đã thực hiện điều tra để tìm ra các nhân tố liên quan đến sự thỏa mãn, bất mãn và động cơ trong công việc, từ đó ông đưa ra giả thuyết về các yếu tố duy trì và các yếu tố động viên với người lao động. McClelland (1961) đưa ra thuyết ba nhu cầu, trong đó, con người có ba nhu cầu cơ bản là nhu cầu thành tựu, nhu cầu liên minh và nhu cầu quyền lực. Vroom

(1964) cho rằng nếu con người tin vào giá trị mục tiêu của việc mình đang làm và nhận thấy việc họ làm giúp đạt được mục tiêu thì họ sẽ động lực để thực hiện công việc. Tuy nhiên, để đo lường các yếu tố tác động đến sự hài lòng trong các doanh nghiệp thương mại điện tử thì lại chưa cho nhiều nghiên cứu để kiểm chứng sự phù hợp của các khung lý thuyết đã đưa ra trước đó. Nghiên cứu này được thiết kế để trả lời cho câu hỏi trên.

2.2 Các yếu tố tác động đến sự hài lòng công việc

2.2.1 Bản chất công việc

Nhân tố “bản chất công việc” được dùng để chỉ ra mức độ phù hợp của bản chất công việc với năng lực, mong muốn của người lao động. Sự phù hợp ở đây được thể hiện thông qua các khía cạnh: sự phù hợp với năng lực, chuyên môn; khả năng hiểu rõ công việc thực hiện; công việc mang đến động lực cho người lao động cống hiến, sáng tạo (Luddy, 2005). Sự ảnh hưởng của nhân tố “bản chất công việc” tới mức độ hài lòng với công việc đã được chứng minh qua nhiều nghiên cứu thực nghiệm (Luddy, 2005; Châu, 2009; Hà & Võ, 2011).

2.2.2 Cơ hội đào tạo và thăng tiến

Đào tạo là quá trình học hỏi những kỹ năng cần thiết để thực hiện một công việc cụ thể. Thăng tiến là việc di chuyển từ vị trí hiện tại lên vị trí hoặc công việc quan trọng hơn trong một tổ chức (Châu, 2009). Khái niệm “cơ hội thăng tiến” phản ánh việc người lao động có được người sử dụng lao động tạo cơ hội phát triển và thăng tiến sự nghiệp tại tổ chức/doanh nghiệp trong quá trình làm việc hay không. “Cơ hội thăng tiến” được xem như một yếu tố động viên nhân viên (Robbins, 2002). Ellickson & Logsdon (2002) cho rằng cơ hội thăng tiến và sự hài lòng công việc có mối liên hệ chặt chẽ. Trong khi đó, Kreitner & Kinicki (2001) chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa cơ hội đào tạo và thăng tiến với sự hài lòng công việc phụ thuộc vào sự công bằng nhận thức của nhân viên.

2.2.3 Lãnh đạo

“Lãnh đạo” là cấp trên trực tiếp của nhân viên. Thông qua việc đối xử công bằng, sự quan tâm đến cấp dưới, có năng lực, tầm nhìn và khả năng điều hành cũng như hỗ trợ nhân viên trong công việc, lãnh đạo đem đến sự hài lòng cho nhân viên (Robbins, 2002). Theo Ramsey & Sohi (1997), lãnh đạo ảnh hưởng tới tinh thần làm việc và ảnh hưởng đến thái độ hành vi hợp tác hay bất hợp tác của người lao động. Nhà lãnh đạo theo phong cách dân chủ thường nhận được nhiều thiện cảm từ nhân viên, có thể thúc đẩy tinh thần làm việc và giảm thiểu bất mãn của nhân viên bằng cách động viên đúng lúc. Trong giao tiếp và tuyên truyền phổ biến giá trị cốt lõi của doanh nghiệp tới người lao động, sự đồng tình và chấp nhận của người lao động về những giá trị của doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến thái độ và hành vi của nhân viên. Khi mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên tốt, sự giao tiếp trong nhóm làm việc cũng như sự hợp tác đạt kết quả tốt hơn. Các dẫn chứng trên cho thấy khi sự tương tác giữa lãnh đạo và nhân viên được nâng cao sẽ dẫn tới giao tiếp nội bộ và hợp tác nội bộ tốt hơn, đồng thời mức độ cam kết hoàn thành công việc cũng được nâng cao, nhờ đó, sự hài lòng công việc được nâng cao (Ramsey & Sohi, 1997).

2.2.4 Đồng nghiệp

“Đồng nghiệp” là những người làm việc trong cùng một tổ chức hoặc gần hơn là cùng bộ phận với nhau. “Đồng nghiệp” được xem là nhân tố tốt khi người lao động trong tổ chức sẵn sàng giúp đỡ nhau, phối hợp làm việc hiệu quả, các mối quan hệ hòa hợp, không căng thẳng, môi trường làm việc mang tính thân thiện và các cá

nhân có sự tin cậy lẫn nhau (Madison & cộng sự, 2000; Châu, 2009; Hà & Võ, 2011; Phạm, 2012).

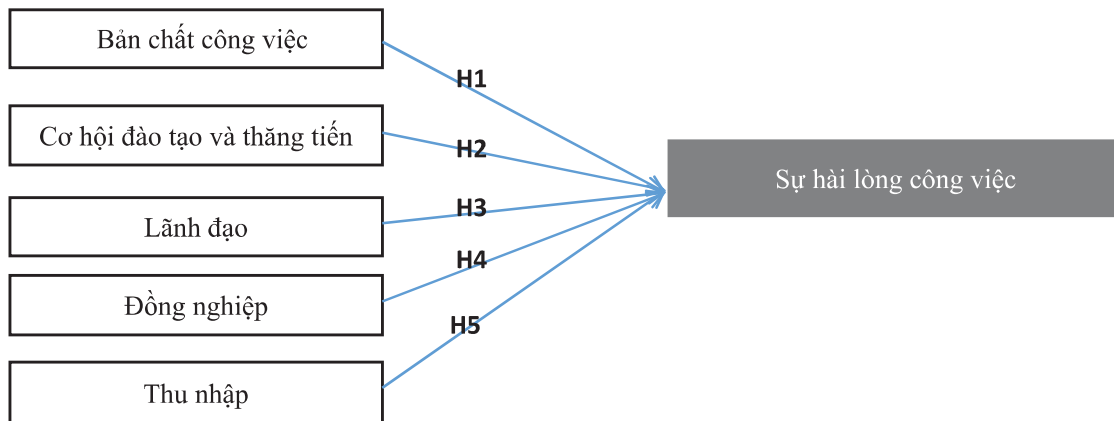
2.2.5 Thu nhập

Thu nhập là số tiền mà cá nhân có được từ việc làm công cho một doanh nghiệp, tổ chức. Thu nhập ở đây bao gồm các khoản lương cơ bản, trợ cấp, thưởng, hoa hồng và lợi ích bằng tiền khác phát sinh trực tiếp từ công việc chính, không bao gồm các khoản thu khác không liên quan đến doanh nghiệp, tổ chức họ đang làm việc (Châu, 2009). Xem xét nhân tố “thu nhập” dưới các khía cạnh chỉ số mô tả công việc quan tâm tới sự phù hợp giữa thu nhập với mức độ đóng góp của nhân viên, nhân viên có thể sống với mức thu nhập hiện có, khoản thu nhập ngoài lương như thưởng, phụ cấp được phân phối công bằng. Một số nhà nghiên cứu ở các nước phát triển cho rằng ít có bằng chứng thể hiện tiền lương có tác động tới sự hài lòng công việc, tuy nhiên, tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, tiền lương vẫn là yếu tố quan trọng ảnh hưởng nhất định tới sự hài lòng công việc (Trần, 2005; Hà & Võ, 2011).

2.3 Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng các nhân tố được đưa ra trong mô hình chỉ số mô tả công việc (Smith & cộng sự, 1969) để đánh giá mức độ hài lòng công việc của nhân viên các công ty Sendo, Lazada, Tiki và Shopee. Mô hình bao gồm 5 nhân tố: (1) Bản chất công việc; (2) Cơ hội đào tạo và thăng tiến; (3) Lãnh đạo; (4) Đồng nghiệp và (5) Thu nhập. Mô hình nghiên cứu được tác giả sử dụng thang đo Likert với 5 cấp độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Bình thường; (4) Đồng ý và (5) Hoàn toàn đồng ý.

Mô hình nghiên cứu bao gồm 5 nhân tố ảnh hưởng tới “Sự hài lòng công việc” được trình bày trong Hình 1. Với các yếu tố nhân khẩu học, tác giả xem xét sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các nhóm trong mỗi yếu tố.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2020

Các giả thuyết nghiên cứu được phát biểu:

Giả thuyết H1: Nhân tố “Bản chất công việc” ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H2: Nhân tố “Cơ hội đào tạo và thăng tiến” ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H3: Nhân tố “Lãnh đạo” ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H4: Nhân tố “Đồng nghiệp” ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H5: Nhân tố “Thu nhập” ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng công việc.

Các giả thuyết được nêu ra sẽ được kiểm định lại tính phù hợp trong hoàn cảnh thực tế khi nghiên cứu tại Công ty Sendo, Lazada, Tiki và Shopee thông qua quá trình nghiên cứu và kết quả nghiên cứu được trình bày ở các nội dung dưới đây.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1 Nghiên cứu định tính

Mục tiêu của nghiên cứu định tính là tổng hợp, phân loại và xác định mối quan hệ giữa các biến số tổng hợp từ các mô hình nghiên cứu trước để đưa ra mô hình đề xuất. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn hiệu chỉnh và áp dụng các thang đo từ các nghiên cứu trước để nhằm phù hợp với bối cảnh nghiên cứu ở Việt Nam.

3.2 Nghiên cứu định lượng

** Thu thập dữ liệu và đặc điểm của mẫu nghiên cứu*

Tổng số người được điều tra là 125 nhân sự của các Công ty Sendo, Lazada, Tiki và Shopee thông qua phương pháp điều tra chọn mẫu giản đơn, có 23 phiếu bị loại do thiếu dữ liệu, còn 101 phiếu hợp lệ, điền đầy đủ các thông tin. Thông tin ở Bảng 1 cho thấy phân phối về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn và nghề nghiệp có độ chênh lệch nhất định. Tuổi của những người được điều tra từ 18 đến 50 tuổi, nhưng tỷ lệ cao nhất là nhóm tuổi 25 - 30 (45,5%). Tỷ lệ của các nhóm khác như sau: 18,8% là nhóm nhỏ hơn 25 tuổi; 16,8% từ 31 - 35 tuổi; 11,9% là từ 36 - 40 tuổi và 6,9% là nhóm hơn 40 tuổi. Đa số người được hỏi có trình độ đại học (61,4%). Trong số 101 người được hỏi có thời gian làm việc từ 2 năm trở lên chiếm 93,1% và chủ yếu làm việc ở vị trí tuyến đầu (FO) chiếm 69,3%.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Tiêu chí	Nhóm	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	49	48,5
	Nam	52	51,5
Tuổi	< 25	19	18,8
	25 - 30	46	45,5
	31 - 35	17	16,8
	36 - 40	12	11,9
	>40	7	6,9
Thời gian làm việc	< =1 năm	8	7,9
	2 năm	27	26,7
	3 năm	27	26,7
	4 năm	21	20,8
	5 năm	18	17,8

Tiêu chí	Nhóm	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Vị trí	BO	20	19,8
	FO	70	69,3
	SUPPORT	11	10,89
Trình độ học vấn	Cao đẳng	30	29,7
	Đại học	62	61,39
	Sau đại học	9	8,9

Nguồn: Tác giả tổng hợp trong quá trình nghiên cứu, năm 2020

4. Phân tích nghiên cứu

4.1 Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 2. Kết quả phân đo lường biến quan sát tương quan biến tổng (Cronbach's Alpha)

Nhân tố	Diễn giải thang đo	Tương quan biến - tổng	Alpha nếu loại biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Bản chất công việc (WO)	WO1: Công việc phù hợp với năng lực và chuyên môn	0,652	0,718	0,778
	WO2: Hiểu rõ ràng về công việc	0,454	0,761	
	WO3: Công việc cho phép phát huy khả năng cá nhân	0,671	0,706	
	WO4: Có động lực để sáng tạo trong công việc	0,389	0,780	
	WO5: Công việc thú vị và có thử thách	0,506	0,752	
	WO6: Khối lượng công việc hợp lý	0,519	0,746	
Cơ hội đào tạo và thăng tiến (OP)	OP1: Được đào tạo chuyên môn đầy đủ	0,445	0,809	0,804
	OP2: Có cơ hội nâng cao các kỹ năng chuyên môn	0,616	0,757	
	PO3: Tạo cơ hội cho những người có khả năng	0,566	0,773	
	OP4: Có cơ hội phát triển cá nhân	0,775	0,705	
	OP5: Chính sách đào tạo và phát triển rất công bằng	0,555	0,777	
Thu nhập (SA)	SA1: Thu nhập phù hợp với khả năng và đóng góp	0,593	0,761	0,801
	SA2: Phần thưởng công bằng cho công việc, hiệu quả công việc	0,616	0,754	
	SA3: Phân phối công bằng tiền lương, thưởng và phụ cấp theo đóng góp	0,609	0,756	
	SA4: Có thể sống với mức thu nhập hiện tại	0,551	0,774	
	SA5: Mức lương ngang bằng các đơn vị khác	0,554	0,773	
Lãnh đạo (SU)	SU1: Cấp trên luôn quan tâm đến cấp dưới	0,641	0,625	0,742
	SU2: Nhân viên nhận được nhiều hỗ trợ từ cấp trên	0,533	0,685	
	SU3: Cấp trên đối xử với mọi người công bằng	0,491	0,709	
	SU4: Cấp trên có năng lực, tầm nhìn và khả năng lãnh đạo tốt	0,485	0,712	

Nhân tố	Diễn giải thang đo	Tương quan biến - tổng	Alpha nếu loại biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Đồng nghiệp (CO)	CO1: Đồng nghiệp thường xuyên sẵn sàng giúp đỡ lẫn nhau	.629	0,701	0,778
	CO2: Đồng nghiệp làm việc hiệu quả với nhau	0,578	0,728	
	CO3: Đồng nghiệp thân thiện	0,534	0,752	
	CO4: Đồng nghiệp đáng tin cậy	0,596	0,718	
Sự hài lòng công việc (JS)	JS1: Cảm thấy hài lòng khi làm việc tại đây	0,614	0,414	0,765
	JS2: Cảm thấy vui mừng khi được chọn làm việc ở đây	0,523	0,548	
	JS3: Coi cơ quan như ngôi nhà thứ 2	0,363	0,738	

Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu khảo sát

Sau khi thực hiện phân tích đánh giá độ tin cậy thang đo, tác giả thu được các kết quả đo lường qua hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,7; hệ số tương quan biến - tổng đều lớn 0,3. Tuy nhiên, có một số biến quan sát, bao gồm WO4, OP1 có tương quan biến - tổng lớn hơn nên tác giả quyết định loại 2 biến này để tăng độ tin cậy của mô hình nghiên cứu (Nunnally, 1978; Hoàng & Chu, 2008). Phân tích các nhân tố khảo sát (EFA) được tiến hành với 22 biến quan sát của 4 nhân tố độc lập. EFA sẽ đánh giá hai giá trị quan trọng là giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Điều kiện cho EFA được thỏa mãn là: Hệ số tải > 0,4; $0,5 \leq KMO \leq 1$; Sig. < 0,05, phần trăm biến thiên > 50%.

4.2 Phân tích các nhân tố

Hệ số KMO bằng 0,760 > 0,5; kiểm định Barlett là 1243,193 có p-value = 0,000 < 0,05; phương sai trích bằng 66,354%. Từ số liệu phân tích, các biến WO2, SA4, SU1 có hệ số tải (factor loading) lớn nhất < 0,5. Ta thực hiện loại lần lượt từng biến theo thứ tự từ biến có hệ số tải nhỏ nhất đến biến có hệ số tải lớn nhất cho tới khi nhận được kết quả các biến hội tụ và không có biến nào có hệ số tải nhỏ hơn 0,5 (Hair & cộng sự, 1998); xét theo hệ số tải lớn nhất của biến. Các biến bị loại theo thứ tự bao gồm: WO2, SA4, SU1, SU2 do các biến này có hệ số tải lớn nhất < 0,5 hoặc xuất hiện đơn lẻ trong một nhân tố (việc loại biến được thực hiện theo thứ tự điều kiện từ hệ số tải nhỏ đến hệ số tải lớn hơn để đảm bảo độ tin cậy cho mô hình nghiên cứu). Sau khi thực hiện liên tục các bước phân tích nhân tố loại bỏ dần các biến vi phạm điều kiện, ta được kết quả phân tích nhân tố cuối cùng. Hệ số KMO bằng 0,772 > 0,5; kiểm định Barlett là 1026,209 có p-value = 0,000 < 0,05. phương sai trích bằng 66,480%, nghĩa là các biến quan sát giải thích được 66,480% biến thiên của biến tổng (Hair & cộng sự, 1998).

Các biến quan sát sau phân tích nhân tố EFA hình thành bốn nhân tố. Một số biến WO3, OP2, OP4, OP5, SU1, SA3 và CO3 là các thang đo đa hướng do xuất hiện hệ số tải ở 2 nhân tố khác nhau. Biến WO3 và CO3 xuất hiện ở nhân tố 1 và 3; biến OP2 và OP4 xuất hiện ở nhân tố 1 và 2; biến OP5 xuất hiện ở nhân tố 2 và 4; biến CO3 xuất hiện ở nhân tố 1 và 3; biến SA3 và SU1 lần lượt xuất hiện ở nhân tố 1 và 4, nhân tố 2 và 3. Tuy nhiên, do điều kiện nghiên cứu đưa ra chỉ chấp nhận hệ số tải lớn nhất > 0,5 theo Hair & cộng sự (1998) nên các biến nói trên được xếp vào các nhân tố mà chúng có hệ số tải lớn nhất (Thọ, 2013). Biến OP2 và WO3 được xếp vào nhân tố thứ nhất, biến OP4 và OP5 xếp vào nhân tố thứ hai, biến CO3 xếp vào nhân tố thứ ba, biến SA3 xếp vào nhân tố thứ 4. Các biến còn lại đều là các thang đo đơn hướng.

Các biến thuộc mỗi nhóm nhân tố bao gồm:

Nhóm 1: WO1, WO3, OP2, WO5, WO6;

Nhóm 2: OP3, OP4, OP5, SU4, SU1;

Nhóm 3: CO2, CO1, SU3, CO4, CO3;

Nhóm 4: SA1, SA2, SA3, SA5.

Kết quả phân tích khám phá nhân tố các biến phụ thuộc nhóm yếu tố “Sự hài lòng công việc” hình thành một nhân tố, hệ số KMO = 0,679 > 0,5; kiểm định Barlett có p-value = 0,000 < 0,05; phương sai trích là 67,988% > 50%. Như vậy, thang đo “sự hài lòng công việc” là thang đo đơn hướng, chỉ hình thành một nhân tố duy nhất. Điều này cho thấy việc sắp xếp lại các thang đo theo phân tích ở trên là phù hợp và là cơ sở quan trọng để tác giả đặt lại giả thuyết nghiên cứu cho phù hợp với thực tế và đối tượng nghiên cứu.

4.3 Tổng kết lại sau khi phân tích mô hình

Bảng 3. Tổng kết các biến quan sát sau phân tích nhân tố trong mô hình

Nhân tố	BQS	Chỉ báo
Lãnh đạo	SU4	Cấp trên có năng lực, tầm nhìn và khả năng lãnh đạo tốt
	SU3	Cấp trên đối xử với mọi người công bằng
	SU1	Cấp trên luôn quan tâm đến cấp dưới
Bản chất công việc	WO1	Có động lực để sáng tạo trong công việc
	WO3	Công việc cho phép phát huy khả năng cá nhân
	WO5	Công việc thú vị và có tính thử thách
	WO6	Khối lượng công việc hợp lý
Thu nhập	SA5	Mức lương ngang bằng các đơn vị khác
	SA3	Phân phối công bằng tiền lương, thưởng và phụ cấp theo đóng góp
	SA1	Thu nhập phù hợp với khả năng đóng góp
	SA2	Phần thưởng công bằng cho công việc, hiệu quả công việc
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	OP2	Có cơ hội nâng cao các kỹ năng chuyên môn
	OP4	Có cơ hội phát triển cá nhân
	OP3	Tạo cơ hội cho những người có khả năng
	OP5	Chính sách đào tạo và phát triển rất công bằng
Đồng nghiệp	CO1	Đồng nghiệp thường xuyên sẵn sàng giúp đỡ lẫn nhau
	CO2	Đồng nghiệp làm việc hiệu quả với nhau
	CO3	Đồng nghiệp thân thiện
	CO4	Đồng nghiệp đáng tin cậy

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Qua việc phân tích nhân tố, tác giả nhận thấy mô hình lý thuyết nghiên cứu ban đầu có sự sai khác so với kết quả đã phân tích. Có 4 nhóm yếu tố bao gồm 15 biến quan sát đáng tin cậy trong mô hình nghiên cứu sau khi kiểm định bằng lý thuyết hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA. Các biến được giữ lại được tổng hợp trong bảng.

4.4 Đặt tên và hiệu chỉnh mô hình

Kết quả phân tích nhân tố EFA cho thấy các nhân tố thu được có chứa các biến quan sát ở các nhóm nhân tố khác nhau trong mô hình ban đầu. Như vậy, bốn nhân tố tác động mới hình thành bao gồm các biến sau:

Nhân tố thứ nhất: (1) WO1 - Có động lực để sáng tạo trong công việc; (2) WO3 - Công việc cho phép phát huy khả năng cá nhân; (3) WO5 - Công việc thú vị và có tính thử thách; (4) WO6 - Khối lượng công việc hợp lý; (5) OP2 - Có cơ hội nâng cao các kỹ năng chuyên môn.

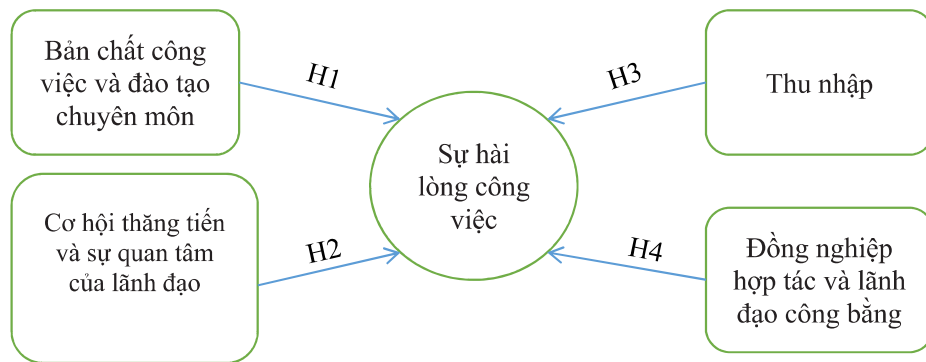
Xét về mặt ý nghĩa, các biến này mang những yếu tố về “bản chất công việc và “cơ hội nâng cao chuyên môn”. Vì vậy, tác giả đặt tên nhân tố thứ nhất là “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”.

Nhân tố thứ hai: (1) OP3 - Tạo cơ hội cho những người có khả năng; (2) OP4 - Có cơ hội phát triển cá nhân; (3) OP5 - Chính sách đào tạo và phát triển rất công bằng; (4) SU4 - Cấp trên có năng lực, tầm nhìn và khả năng lãnh đạo tốt; (5) SU1 - Cấp trên luôn quan tâm đến cấp dưới.

Xét về mặt ý nghĩa, các biến này mang những yếu tố về “cơ hội thăng tiến” và “lãnh đạo có năng lực, quan tâm cấp dưới”. Vì vậy, tác giả đặt tên nhân tố thứ hai là “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo”.

Nhân tố thứ ba: (1) SA3 - Phân phối công bằng tiền lương, thưởng và phụ cấp theo đóng góp; (2) SA5 - Mức lương ngang bằng các đơn vị khác; (3) SA1 - Thu nhập phù hợp với khả năng đóng góp; (4) SA2 - Phân thưởng công bằng cho công việc, hiệu quả công việc.

Xét về mặt ý nghĩa, các biến này mang những yếu tố về “Thu nhập”. Vì vậy, tác giả đặt tên nhân tố thứ ba là “Thu nhập”.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đã điều chỉnh

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Nhân tố thứ tư: (1) CO1 - Đồng nghiệp thường xuyên sẵn sàng giúp đỡ lẫn nhau; (2) CO2 - Đồng nghiệp làm việc hiệu quả với nhau; (3) SU3 - Cấp trên đối xử với mọi người công bằng; (4) CO4 - Đồng nghiệp đáng tin cậy; (5) CO3 - Đồng nghiệp thân thiện.

Xét về mặt ý nghĩa, các biến này mang những yếu tố về “hợp tác với đồng nghiệp” và “năng lực của người lãnh đạo”. Vì vậy, tác giả đặt tên nhân tố thứ tư là “Đồng nghiệp hợp tác và lãnh đạo công bằng”.

Qua việc phân tích EFA, tác giả hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu lý thuyết ban đầu về mô hình nghiên cứu được trình bày theo Hình 2.

Các giả thuyết nghiên cứu mới như sau:

Giả thuyết H1: Nhân tố “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H2: Nhân tố “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H3: Nhân tố “Thu nhập” tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

Giả thuyết H4: Nhân tố “Đồng nghiệp hợp tác và lãnh đạo công bằng” tác động tích cực đến sự hài lòng công việc.

4.5 Ma trận tương quan giữa các biến

Để xem xét mối quan hệ giữa các khái niệm (các tổng thể con) trong mô hình nghiên cứu trước khi thực hiện xây dựng phương trình hồi quy bằng OLS với độ tin cậy 95%. Ta xem xét sự tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu bằng hệ số tương quan Pearson, kết quả phân tích từ dữ liệu nghiên cứu (Bảng 4):

Bảng 4. Hệ số tương quan Pearson giữa các khái niệm

		JS	SA	N1	N2	N3
JS	Hệ số tương quan Pearson	1	0,457**	0,646**	0,606**	0,493**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	Tổng số mẫu	101	101	101	101	101
SA	Hệ số tương quan Pearson	0,457**	1	0,337**	0,196*	0,166
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,001	0,050	0,097
	Tổng số mẫu	101	101	101	101	101
N1	Hệ số tương quan Pearson	0,646**	0,337**	1	0,600**	0,540**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001		0,000	0,000
	Tổng số mẫu	101	101	101	101	101
N2	Hệ số tương quan Pearson	0,606**	0,196*	0,600**	1	0,566**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	0,000		0,000
	Tổng số mẫu	101	101	101	101	101
N3	Hệ số tương quan Pearson	0,493**	0,166	0,540**	0,566**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,097	0,000	0,000	
	Tổng số mẫu	101	101	101	101	101

*Ghi chú: **. Tương ứng với mức ý nghĩa thống kê 0,01*

**. Tương ứng với mức ý nghĩa thống kê 0,05*

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích cho thấy, các biến độc lập có tương quan biến phụ thuộc JS và tương quan chặt với nhau (Bảng 4). Vì vậy, bước đầu, khi xây dựng phương trình hồi quy phải xem xét hiện tượng tự tương quan và đa cộng tuyến có xảy ra trong mô hình hay không.

Trong đó: N1 là nhân tố “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”

N2 là nhân tố “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo”

N3 là nhân tố “Đồng nghiệp hợp tác và lãnh đạo công bằng”

SA là nhân tố “Thu nhập”

JS là “Sự hài lòng công việc”

Trong bốn biến độc lập, biến quan sát N1 tác động mạnh nhất so với các biến còn lại tới sự hài lòng công việc trong nghiên cứu. Giá trị $r = 0,646$ và $p\text{-value} = 0,000 < 0,01$ ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Biến SA - Thu nhập tác động yếu nhất trong ba biến tới sự hài lòng với công việc của nhân viên tại các doanh nghiệp TMĐT ($r = 0,457$; $p\text{-value} = 0,000$). Biến quan sát N2 và N3 có tác động tích cực tới biến phụ thuộc JS với $r_{N2} = 0,606$; $r_{N3} = 0,606$ và $p\text{-value}$ cùng bằng $0,000 < 0,05$. Các giá trị trên cho thấy, biến phụ thuộc JS - “Sự hài lòng chung” chịu tác động mạnh mẽ của ba biến độc lập, trong đó, biến N1 - “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” tác động mạnh nhất tới biến phụ thuộc.

4.6 Phương trình hồi quy tuyến tính

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, tác giả xây dựng phương trình hồi quy tuyến tính bội của các biến độc lập N1, N2, N3 và SA theo biến phụ thuộc JS. Kết quả ước lượng với SPSS 22.0 bằng phương pháp tổng bình phương nhỏ nhất. Kết quả thu được trình bày trong các bảng 5; 6 và 7 dưới đây.

Bảng 5. Tóm tắt thông tin hồi quy bằng phương pháp Enter

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,751 ^a	0,564	0,546	0,51587	2,184
Biến quan sát độc lập: N3, SA, N2, N1					
Biến phụ thuộc: JS					

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Từ Bảng 5 và 6 có thể thấy: giá trị $p\text{-value}$ của kiểm định thống kê F bằng $0,000 < 0,05$; điều này chứng tỏ có ít nhất một biến độc lập trong mô hình có hệ số Beta khác không. Hệ số xác định điều chỉnh R^2 bằng 0,546, chứng tỏ các biến độc lập giải thích được 54,6% (Bảng 6) sự thay đổi của biến phụ thuộc JS - Sự hài lòng công việc, còn lại là các yếu tố khác ngoài mô hình. Như vậy, ở mức độ nào đó mô hình xây dựng phù hợp với số liệu thu được.

Bảng 6. Phân tích phương sai của ước lượng bằng phương pháp Enter

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33,093	4	8,273	31,088	0,000 ^b
1 Residual	25,547	96	0,266		
Total	58,640	100			

Biến quan sát độc lập: N3, SA, N2, N1

Biến phụ thuộc: JS

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Kiểm định các giả thuyết được nêu ra trong mô hình nghiên cứu (Bảng 7):

Bảng 7. Ước lượng hệ số Beta của mô hình bằng phương pháp Enter

Model	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Giá trị độ chấp nhận	VIF
1 (Constant)	-1,060	0,399		-2,660	0,009		
SA	0,318	0,083	0,274	3,833	0,000	0,886	1,129
N1	0,375	0,110	0,314	3,420	0,001	0,538	1,860
N2	0,368	0,109	0,304	3,365	0,001	0,557	1,795
N3	0,140	0,114	0,106	1,230	0,222	0,616	1,622

Biến phụ thuộc: JS

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Biến độc lập N1 có hệ số Beta chuẩn hóa = 0,314 và giá trị p-value = 0,001 < 0,01. Có thể đưa ra kết luận cơ bản rằng, yếu tố “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” tác động tích cực tới sự hài lòng công việc ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Chấp nhận giả thuyết H1 của mô hình nghiên cứu điều chỉnh.

Biến độc lập N2 có hệ số Beta chuẩn hóa = 0,304 và giá trị p-value = 0,001 < 0,01. Có thể đưa ra kết luận cơ bản rằng, yếu tố “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” tác động tích cực tới sự hài lòng công việc ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Chấp nhận giả thuyết H2 của mô hình nghiên cứu điều chỉnh.

Biến độc lập N3 có hệ số Beta chuẩn hóa = 0,106 và giá trị p-value = 0,222 > 0,05. Có thể đưa ra kết luận cơ bản rằng, yếu tố “Đồng nghiệp và lãnh đạo công bằng” không tác động tới sự hài lòng công việc ở mức ý nghĩa 5% hay BQS N3 không có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa thống kê 5%. Loại bỏ giả thuyết H3 của mô hình nghiên cứu điều chỉnh.

Biến độc lập SA có hệ số Beta chuẩn hóa = 0,274 và giá trị p-value = 0,000 < 0,01. Có thể đưa ra kết luận cơ bản rằng, yếu tố “Thu nhập” tác động tích cực tới sự hài lòng công việc ở mức ý nghĩa 1%. Chấp nhận giả thuyết H4 của mô hình nghiên cứu điều chỉnh.

Từ các kiểm định trên, ta xây dựng phương trình hồi quy tuyến tính. Phương trình hồi quy chuẩn hóa được xác định bằng:

$$JS = 0,314*N1 + 0,304*N2 + 0,274*SA \quad (1)$$

Trong đó:

N1 là nhân tố “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”

N2 là nhân tố “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo”

SA là nhân tố “Thu nhập”

N3 là nhân tố “Đồng nghiệp hợp tác và lãnh đạo công bằng”

JS là “Sự hài lòng công việc”

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến phụ thuộc JS - “Sự hài lòng chung” phụ thuộc vào ba nhân tố chính, đó là sự thỏa mãn với “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”, “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” và “Thu nhập”. Trong đó, sự thỏa mãn về “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” có ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp đến là sự thỏa mãn đối với “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” và cuối cùng là “Thu nhập”. Nếu sự thỏa mãn với “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”, “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” và “Thu nhập” tăng một bậc thì sự hài lòng chung về công việc tăng lần lượt 0,314; 0,304 và 0,274 bậc.

Từ các kết quả trên cho thấy: (1) Bộ chỉ số JDI sử dụng cho nghiên cứu các thang đo (câu hỏi điều tra) trong điều kiện nghiên cứu tại các công ty Sendo, Lazada, Tiki và Shopee vào thời điểm này hình thành những khái niệm khác so với mô hình gốc; (2) Biến phụ thuộc “Sự hài lòng chung” chịu tác động trực tiếp của ba nhân tố là “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn”; “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” và “Thu nhập”; (3) Nhân tố “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” ảnh hưởng mạnh nhất đến sự thay đổi của “Sự hài lòng chung”; (4) Nhân tố “Đồng nghiệp” không có ý nghĩa thống kê trong mô hình hồi quy tuyến tính đa biến. Điều này cho thấy, có sự khác biệt giữa việc áp dụng bộ chỉ số JDI đối với các doanh nghiệp truyền thống so với các doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam; khi làm việc tại các doanh nghiệp TMĐT do có sự khác biệt về môi trường làm việc nên nhân sự đã rất quan tâm tới “Bản chất công việc và đào tạo chuyên môn” để từng bước thích nghi và phát triển chuyên môn sâu hơn. Hơn nữa, đội ngũ nhân sự làm việc tại các doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam thường rất trẻ và muốn khẳng định mình nên rất cần “Cơ hội thăng tiến và sự quan tâm của lãnh đạo” và cuối cùng là yếu tố “Thu nhập” cũng là nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với nhân sự tại các doanh nghiệp TMĐT.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Công Thương. (2019), *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2019*, <http://idea.gov.vn/?page=document>, truy cập ngày 20/05/2020,
- Châu, V.T. (2009), *Các nhân tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn công việc của nhân viên khối văn phòng ở Thành phố Hồ Chí Minh*, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Ellickson, M.C. & Logsdon, K. (2002), “Determinants of job satisfaction of municipal government employees”, *State and Government Review*, Vol. 33 No. 3, pp. 173 - 184.
- Hà, N.K.G. & Võ, T.M.P. (2011), “Đo lường sự thỏa mãn công việc của nhân viên sản xuất tại Tập đoàn Tân Hiệp Phát”, *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, Vol. 248, pp. 1 - 15.
- Hair, J.F.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.
- Herzberg, F. (1966), *Work and the nature of man*, World Publishing, New York.
- Hoàng, T. & Ngọc, M.N.C. (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, NXB Hồng Đức, Vol. 2, pp. 24.
- Hoppock, R (1935), *Job Satisfaction*, Haper and Bros, New York.
- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2007), *Organizational Behaviour*, Ninth Edition, Arizona: McGraaw-Hill, Inc.
- Kusku. (2003), "Employee satisfaction in higher education: the case of academic and administrative staff in Turkey", *Career Development International*, Vol. 8 No. 7, pp. 347 - 356.
- Locke, E.A. (1976), "The nature and causes of job satisfaction", *Handbook of industrial and organizational psychology*.

- Luddy. (2005), *Job satisfaction amongst employees at a public health institution in the Western Cape*, University of the Western Cape.
- Madison, K.W., Chevy, F., Wohlleben, W. & Dalibard, J. (2000), “Vortex formation in a stirred Bose-Einstein condensate”, *Physical Review Letters*, Vol. 84 No. 5, pp. 806 - 817.
- Maslow, A.H. (1943), “A theory of human motivation”, *Psychological Review*, Vol. 50 No. 4, pp. 370 - 396.
- McClelland, D.C. (1961), *The achieving society*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- McGregor, D. (1960), *The human side of enterprise*, Mc Graw-Hill, pp. 11 - 64, New York.
- Nunnally, J. (1978), *Psychometric theory*, McGraw-Hill, New York.
- Phạm, V.M. (2012), *Nâng cao mức độ hài lòng trong công việc của nhân viên cơ sở tại Công ty viễn thông Viettel*, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Quinn, R.P. & Staines, G.L. (1979), The 1977 quality of employment survey. *Ann Arbor: Institute for Social Research*, University of Michigan.
- Ramsey, R.P. & Sohi, R.S. (1997), “Listening to your customers: the impact of perceived salesperson listening behavior on relationship outcomes”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25 No. 2, pp. 127 - 138.
- Robbins (2002), *Quản trị học*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- Smith, Kendall & Hulin (1969), *The searurement of satisfaction in work and retirement*, Rand McNally, Chicago.
- Thọ, N.Đ. (2013), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, NXB Tài chính, Vol. 2, pp. 420.
- Trần, K.D. (2005), “Đo lường mức độ thỏa mãn đối với công việc trong điều kiện của Việt Nam”, *Tạp chí Phát triển Khoa học*, Vol. 8 No. 1, pp. 23 - 32.
- Vroom, V.H. (1964), *Work and motivation*, Wiley, New York.
- Weiss, Dawis, England & Lofquist (1967), *Manual for minnesota satisfaction questionnaire*, The University of Minnesota Press, England.